

RINGKASAN

Fatimah Hambali (08320190072) Kesadaran dan Persepsi Labelisasi Halal terhadap Minat Mahasiswa Membeli Mie Instan (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin di Kota Makassar). Di bawah Bimbingan Ibu Nuraeni dan Ibu Farizah Dhaifina Amran.

Umumnya perilaku konsumsi masyarakat dalam mengonsumsi suatu produk khususnya makanan dan minuman hanya memperhatikan tanggal kadaluarsa dari sebuah produk dan kurang memperhatikan label halal yang tercantum dalam kemasan produk tersebut. Masyarakat belum sadar dan paham bahwasanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) merupakan jaminan dari mutu, kehygienisan produk dan yang paling utama adalah menjadi jaminan dari kehalalan suatu produk. Pentingnya memperhatikan kehalalan dari setiap makanan dan minuman yang akan dikonsumsi tentu hal ini tidak lepas dari kesadaran halal dari dalam diri setiap konsumen.

Tujuan penelitian adalah: (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen mie instan pada mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin di Kota Makassar, (2) Menganalisis tingkat kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin di Kota Makassar terhadap pembelian mie instan, (3) Menganalisis tingkat minat membeli mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin di Kota Makassar terhadap produk mie instan, (4) Menganalisis pengaruh kesadaran halal dan labelisasi halal terhadap minat mahasiswa membeli mie instan, (5) Menganalisis perbedaan kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar yaitu pada Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Penentuan lokasi dilakukan dengan pertimbangan Universitas Muslim Indonesia merupakan perguruan tinggi Islam swasta dan Universitas Hasanuddin merupakan perguruan tinggi negeri terbaik di Indonesia

Timur. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni-Agustus 2023. Adapun jumlah sampel yaitu 60 dengan 30 mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan 30 mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) Karakteristik responden yang didapat dari mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin adalah berdasarkan (a) jenis kelamin yang didominasi oleh perempuan, (b) umur yang didominasi oleh mahasiswa berumur 21-22 tahun, (c) semester yang di mana didominasi oleh mahasiswa dengan semester 8-10, (d) uang saku per bulan mahasiswa yaitu rata-rata Rp. 1.150.000, (e) Merek mie instan yang sering dikonsumsi oleh mahasiswa adalah merek Indomie. (2) Kesadaran halal mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin terhadap pembelian mie instan termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan skor masing-masing 815 dan 781. Adapun Persepsi labelisasi halal mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin terhadap pembelian mie instan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor masing-masing 951 dan 914. (3) Minat membeli mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin terhadap produk mie instan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor masing-masing 853 dan 879. (4) Kesadaran halal dan labelisasi halal secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin membeli mie instan dengan nilai $F_{hitung} 4,707 > F_{tabel} 3,16$. Namun, Kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin membeli mie instan karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel} 2,00247$. (5) Tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan mahasiswa Universitas Hasanuddin karena nilai $sig. (2-tailed) > 0,05$.

Kata Kunci: Kesadaran Halal, Labelisasi Halal, Minat beli, Mie Instan